新媒体时代电子书对纸质书的冲击与图书出版者的应对之道

摘　要：电子书与纸质书相比具有几个方面的优势：内容丰富、存储容量巨大、保存容易、储存时间长久；有助于避免图书绝版的情况，内容还可不断更新；制作过程环保，可节约大量资源；电子书阅读器携带方便，读者随时可以开展阅读；功能强大，能带给读者更佳的阅读体验和更大的收获；生产和发行成本降低，而且销售方式灵活，适于薄利多销。基于这些优势，电子书造成了纸质书读者的分化，挤占了纸质书的市场空间，导致读者对纸质书有了更高的期待和要求。纸质书出版者应正确认识电子书和纸质书的关系与现状，更新出版理念，积极探索电子书与纸质书的分类出版；借鉴电子书的优点，打造更适销对路的纸质书。

关键词：电子书；纸质书；新媒体时代；图书出版者；出版形式
中图分类号：G230.7　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2019）08-089-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2019.08.029

文 / 吴红

电子书（或电子图书），即 Electronic Book，简称 eBook。它是指利用计算机技术将一定的文字、图片、声音、影像等信息，通过数码方式记录在以光、电、磁为介质的设备中，借助于计算机等特定的设备来读取、复制、传输、发行的大众传播媒体，是一种数字化的出版物。[1] 其主要格式有 PDF、EXE、CHM、UMD、PDG、JAR、PDB、TXT、BRM 等。在当今新媒体时代，个人电脑、笔记本电脑、Kindle、iPad、iPhone 等很多设备都具有阅读电子书的功能。作为阅读市场上的新宠，电子书具有很多纸质书无法比拟的优势，面世以来很快就对纸质书造成了巨大的冲击，以至有不少业内人士唱衰纸质书，认为纸质书很快就会被电子书取代。那么，电子书到底对纸质书造成了怎样的冲击？图书出版者又该如何应对这一出版新形势呢？

1. 电子书的突出优势

1.1 内容丰富，易保存，存储容量大且长久

除了能呈现文字和图片外，电子书还能将声音、影像等纳入图书的内容之中，不仅使图书内容更加丰富，而且为读者通过多种感官从图书中获取信息提供了可能。随着电子书阅读器研发和生产技术水平的不断提高，其存储容量不断增大。例如，当前市场上的一款电子书阅读器 Kindle paperwhite4 的存储空间高达 32GB，可存储数千本电子书，简直就是一个小型的移动图书馆。与纸质书保存时需要一定的物理空间和较多的人力、物力不同的是，电子书的保存容易得多，只需要相应的电子设备即可，不会占用较大的物理空间，而且能长时间地保存下去，不会影响图书的品质。

1.2 避免图书绝版的情况，内容还可不断更新

因销售不佳，纸质书很容易出现绝版的情况。相比较而言，电子书制作完成后，可在互联网上无限出售，而且保存时间很长，这样就避免了绝版情况的发生。电子书的出现为我们保存人类历史上的重要典籍文献和名家字画，以及读者量小而学术研究价值和文化传承价值高的作品等提供了新的方式。电子书出版后作者和编辑还可以根据读者的反馈意见及作者的最新研究随时修改书中的内容。

1.3 制作过程环保，可节约大量资源

纸质书的制作离不开纸张，而造纸需要消耗大量的木材和电力等资源，而且在纸张生产、图书印装、图书运输和图书报废的过程中会造成环境破坏与污染问题。虽然电子书因其有赖于设备，也存在着生产电子器件及废弃电子设备等原因所致的污染，但相比较而言，其环保优势还是十分明显的。[2] 与纸质书的制作相比，电子书的制作不需要纸张，不仅有利于环保，而且可以节约大量的自然资源和社会资源。

1.4 电子书阅读器携带方便，可随时开展阅读

存储有电子书的 iPad、Kindle、iPhone 等电子设备体积小、重量轻，非常便于出门时携带。读者出门时带上电子书阅读器，可随时开展阅读。而纸质书往往较为笨重，所占空间大一些，出门时携带和阅读都没有那么方便。

1.5 功能强大，能带给读者更佳的阅读体验和更大的收获

电子书拥有纸质书不具有的或者比纸质书更强大的功能：①读者可以调整电子书页面上字体的大小和颜色，更改背景颜色，或者把背景换成自己喜欢的图片。②电

子书具有纸质书所不具备的强大的检索功能。读者可以根据自己的阅读或研究需要对文献内容进行检索。它能够实现全文检索、布尔逻辑检索以及从文献的多种外部特征进行检索，[3] 有助于准确地对读者要了解的内容进行定位。③电子书具有管理阅读进度、促进深入学习等功能。例如，运用某些电子书阅读器来阅读电子书，读者可快速浏览、逐页浏览或逐章浏览并实时保存阅读进度，可添加批注、分享阅读笔记，阅读器可以进行生词（外文单词）提示、将书中的单词或段落翻译成外语、给中文生字注音，等等。④读者既可以“读”书中的文字，也可以“看”书中的图片、视频和三维图像等资料，还可以“听”他人朗读书中的内容。

1. 6 生产和发行成本降低，销售方式灵活，适于薄利多销

电子书出版属于无纸化出版，生产成本大为降低，而且其销售属于 B2C 的电子商务模式，可以节省纸质书的发行、运输和库存等环节产生的费用。电子书还可以做到“零库存”。因此，电子书的价格一般都比内容相同的纸质书的价格低得多，绝大多数电子书的价格是纸质书价格的 1/3 左右。电子书的销售也非常灵活，读者可以根据自己的需求分章节或分页购买，也可以按流量计费的方式购买，还可以租阅（例如，当当网上就有租阅服务）。基于电子书的这些优势，出版者可以采取薄利多销的营销策略，提高电子书的销量，从而获得可观的利润。

2. 电子书对纸质书的冲击

2. 1 电子书的出版和发行造成了纸质书读者的分化

在互联网环境下成长起来的很多年轻人对新媒体时代的新生事物很感兴趣，更加偏爱数字产品，因此，“80 后”“90 后”乃至“00 后”成为电子书的主要消费者。易观和当当网联合发布的《中国图书阅读市场专题分析 2018》显示：30 岁以下的电子书阅读者占比为 53.4%；在电子书读者中，女性占比高达 86.7%。大学生成为各阶段学生中使用电子书的主力军，而中小学生、走在时尚前沿的技术潮人（IT 人员）、娱乐圈人士以及高学历的中老年知识分子等也成为使用电子书的重要人群。[4]

中国新闻出版研究院与儿童数字内容平台 KaDa 故事联合发布的《2018 中国儿童数字阅读报告》显示，2018 年，儿童数字阅读潜在用户规模达 2.5 亿，潜在市场规模达 5000 亿元。2018 年，中国儿童人均电子书阅读量已达 40 本，远超全球最大童书出版社 Scholastic 调研公布的美国儿童人均每年 23 本的阅读量。

亚马逊中国发布的“2016 全民阅读调查报告”显示，电子书阅读的普及率正连年增加。在来自我国 500 多个城市的 11000 余位受访者中，读过电子书的受访者比例达到 84%，比 2015 年提升了 6%。同时，56% 的受访者表示，电子书提升了其阅读总量，并且近九成受访者表示未来计划阅读更多的电子书。

上述数据表明，电子书在很大程度上分化了纸质书潜在的读者群体，使原来很可能消费纸质书的读者被引流到电子书的消费中。

2. 2 电子书挤占了纸质书的市场空间

电子书对纸质书的冲击最直接的表现就是影响了纸质书的市场份额。2018 年，英美主要国家的图书市场保持平稳增长态势，其中，美国和英国的电子书市场份额较高，均在 15% 以上。尼尔森的最新监测数据显示，2018 年，英国电子书的市场份额高达 32.4%，而美国电子书市场份额则在 20% 左右。虽然近几年我国电子书的市场占比不及欧美，但随着在线阅读市场的持续扩张，消费者的付费意愿大大增加，电子书在我国图书市场中所占的份额正保持持续上升的态势。

2019 年 4 月 16 日，第十六次全国国民阅读调查结果显示，2018 年，我国成年人人均纸质书阅读量为 4. 67 本，成年人人均电子书阅读量为 3. 32 本。自 2019 年 7 月 18 日起，亚马逊中国已正式停止纸质书的销售，开始专门经营电子书业务。易观和当当网联合发布的《中国图书阅读市场专题分析 2018》显示，2017 年，当当网的电子书销售额同比增长 126%，新增付费客户数同比增长 72%，电子书下载册数同比增长 51%。这些信息和数据表明我国的电子书市场尚有较大的发展空间。

2. 3 电子书的兴起使读者对纸质书有了更高的期待和要求

电子书的很多优势都是纸质书所不具备的，或者正是纸质书的劣势。在电子书没有出现之前，读者对纸质书情有独钟。随着读者对电子书的接触和了解，经过比较，他们很快认识到了纸质书的劣势。这不仅会影响今后新的纸质书的销售，而且会影响原来畅销的纸质书的社会效益和经济效益。很多出版社面对电子书的强大攻势，不得不一再降低纸质书的销售折扣，甚至亏本销售。

读者在感受到电子书强大功能和优势的同时，不免对纸质书的内容、品质、价格以及出版者的服务等有更高的期待和要求。譬如，读者希望纸质书也能像电子书那样呈现更丰富多彩的信息，希望纸质书的售价也能低至三折左右，等等。当读者对纸质书越来越挑剔、要求越来越高时，纸质书的出版者感受到了巨大的压力。

3. 图书出版者的应对策略

在当今新媒体时代，电子书作为新生事物，在我国正处于方兴未艾之势。未来的图书出版领域将呈现电子书和纸质书共生发展的景象。图书出版者应该认清形势，积极地转变出版理念，调整出版思路，将纸质书出版和电子书出版的优势相结合，努力找到适合自己的出版之路。

3. 1 正确认识电子书和纸质书的关系与现状

虽然电子书有较多的优势，但是它也有明显的不足。譬如，电子书的阅读往往是浅阅读，读者在快速获取大量信息的同时缺乏深入的研读和思考；电子书更容易复

制和传播，所以，在版权保护方面比纸质书要困难一些；电子书的编校质量堪忧；长时间阅读电子书容易造成视觉疲劳，影响视力发育，等等。

而纸质书的阅读不容易造成视觉上的疲劳，图书的整体质量比电子书要高，翻阅方便，有助于读者对知识内容的深入学习。读者在阅读纸质书时，闻着淡淡的墨香，摸着光滑的纸张，慢慢品味着书中的精神食粮，这种温馨的感受是阅读电子书时所不具有的。可以说，读纸质书不仅是在学习知识，更是在享受文化盛宴。此外，很多纸质书具有收藏价值，而电子书不具备任何收藏价值。

当电子书在图书市场上高歌猛进时，许多人看到了其明显的优势，认为电子书很可能取代纸质书。2009 年 12 月 27 日，美国图书业巨头亚马逊公司宣布，其电子书销量首次超过实体书的销量。于是，电子书厂商开始大张旗鼓地鼓噪："2018 年是传统书籍的末日，10 年内电子书将取代纸质书。"如今，2018 年已成为过往的历史，而纸质书不仅没有被电子书取代，反而逆袭回归。中国新闻出版研究院的统计数据显示，截至 2017 年，纸质书仍然是我国读者阅读的主流方式，45.1% 的受访者表示会拿一本纸质书来阅读，而用手机阅读的受访者占比为 35.1%。

由此可见，作为传统的纸质书出版者，我们应该正确认识电子书和纸质书各自的优缺点，不因电子书高歌猛进而忧心忡忡，也不因纸质书逆袭回归而得意忘形。电子书和纸质书各有特色，二者是相辅相成、互相弥补的关系，而不是一个取代另一个的关系。在现实当中，有不少读者读了电子书之后觉得不过瘾，会再买一本纸质书对比学习。我们要以一种辨证的态度看待和分析电子书与纸质书的关系，力求做出相对而不绝对、全面而不片面的评判。[5]。

3.2 更新出版理念，积极探索电子书与纸质书的分类出版

当前，图书出版者必须准确把握新媒体时代的特点，更新出版理念，努力学习和运用新媒体技术和现代出版方式，认真调研图书市场，根据大数据了解新媒体时代的读者需求和偏爱不同阅读方式的人群（即只读纸质书者、只读电子书者、电子书和纸质书都读者），从而确定出版主题和出版形式。

中国新闻出版研究院 2017 年 4 月 18 日发布的第十四次全国国民阅读调查报告显示，在手机阅读群体中，受欢迎的十三类电子书内容（按所占百分比从高到低排列）分别为：都市言情（23.5%）、文学经典（17.2%）、历史军事（15.4%）、生活社科（15.1%）、武侠仙侠（14.8%）、悬疑推理（13.0%）、玄幻奇幻（12.4%）、影视娱乐（11.6%）、经管励志（10.7%）、灵异科幻（7.6%）、青春校园（7.6%）、官场商战（7.0%）、游戏竞技（5.8%）。这为我们选择出版什么主题的电子书提供了参考。除此之外，对于重要的典籍文献、即将绝版的图书、名家字画和一些受众小而学术价值高的著作等，我们都可以考虑出版电子书。而教材教辅资料、工具书、需反复研读的学术著作、值得收藏的图书等，则更适合以纸质书的形式出版。出版社还要积极探索电子书和纸质书同步出版，发挥其相互补充的作用，从而获得更大的收益。2018 年年底，亚马逊中国发布 2017 年阅读趋势报告时指出，2017 年，重点书籍纸电同步发行的比率与上一年相比增长近 60%，而且上线的纸、电同步图书销量为同期非纸。电同步书的 3 倍多。这说明纸电同步出版的潜力还很大。

3.3 借鉴电子书的优点，打造更适销对路的纸质书

电子书中既能纳入文字和图片等静态信息，也能纳入声音和影像等动态信息，很好地满足了读者喜欢通过多种感官阅读图书的需要。纸质书出版者也可以借鉴电子书的这一优点，建立数字化平台，在纸质书中的适当位置添加二维码，链接与图书内容有关的文章、PPT、音频或视频等资料，一方面满足读者的阅读需求，另一方面更有效地宣传图书。纸质书出版者也可以借鉴电子书的发行模式和电子书出版者的服务模式，在纸质书的发行和配套服务方面做出改进，进一步提高纸质书的竞争力。

结语

在新媒体时代，电子书对纸质书的冲击和影响是长期且深远的。在很多图书出版者还在犹豫要不要出版电子书之时，有声书已悄然进入图书出版领域，并获得了不少"50 后""60 后"和"70 后"读者的喜爱。因此，传统的纸质书出版者必须紧跟时代发展的步伐，把握新媒体时代对出版者的要求，积极探索各种出版形式，只有这样才能在出版领域站稳脚跟，谋得属于自己的一席之地。媒

参考文献

[1] 王跃虎 . 电子书与纸质书的差异分析 [J]. 科技情报开发与经济，2011（31）：36-39.
[2] 王礼频 . 谈谈电子书的优点 [J]. 天风，2016（8）：33-34.
[3] 薛享琛，丁丽，邱西西 . 电子图书的优势及其发展分析 [J]. 科技情报开发与经济，2006（8）：9-10.
[4] 杨晓莹 . 电子书受众行为分析 [J]. 菏泽学院学报，2015（3）：130-133.
[5] 季秀怡 . 辨证看待电子书与纸质书的取代问题 [J]. 现代经济信息，2016（11）：436-437.

（作者单位：中国轻工业出版社有限公司）